

VAIKKA VIINARALLI LAKKAISI, KULUTUS KASVAA

Tämä artikkeli on jatkoa raporteille, joissa selvitetään 1990-luvun laman vaikutuksia alkoholijuomien kulutukseen Suomessa vuosina 1989–1992 (Salomaa 1993 a & b). Vuoden 1992 jälkeen on tapahtunut monia merkittäviä Suomen alkoholioloihin vaikuttavia muutoksia. Tässä artikkelissa pyritään selvittämään näiden muutosten osuutta alkoholijuomien kulutuksen viimeaikaiseen kehitykseen. Lisäksi arvioidaan alkoholijuomien kulutuksen kehitystä vuoteen 1999. Arviot pohjautuvat vaihtoehtoisin oletuksiin alkoholijuomien hintatasosta (eli verotasosta, koska tuotanto- ja jakelukustannuksiin ei oleteta muutoksia) sekä monopolijärjestelmän laajuudesta. Tulokset perustuvat tuoreeseen tutkimusllestöeseen (Salomaa & Hein 1996), ja ne on saatu samanlaisten ekonometristen lineaaristen aikasarjamallien avulla kuin aikaisemmissa raporteissa.

SUURIA MUUTOKSIA LAKEIHIN

ETA-sopimus tuli voimaan vuoden 1994 alussa. Siihen ja tulevaan EU-jäsenyyteen vedoten toteutettiin vuoden 1994 aikana useita alkoholijärjestelmän muutoksia. Uusi alkoholiverolaki tuli voimaan 1.7.1994, ja sen seurauksena alkoholijuomien hintarakenne palasi lähelle 1980-luvun lopun hintarakennetta. Vuoden 1995 alussa Suomesta tuli EU:n jäsen ja uusi alkoholilaki tuli voimaan. Tämä laki poisti alkoholijuomien tuonti-, vienti-, tuotanto- ja tukkumyyntimonopolit, vapautti alle 22

Taulukko 1. Eräitä Suomen alkoholioloihin vaikuttaneita tapahtumia vuoden 1992 jälkeen

1.1.1994	ETA-sopimus tulee voimaan
1.7.1994	Alkoholiverolain (532/94) muutos
1.1.1995	EU-jäsenyys
	Tullimääräysten muutos
	Alkoholilain (1143/94) muutos
	Valmisteverolaki (1469/95)
15.2.1995	Matkustajien alkoholituontia säätelevät aikarajat poistuvat
11.9.1995	Itäinen tullipiiri rajoittaa alkoholituomiset yhteen kertaan viikossa

tilavuusprosenttia alkoholia sisältävien alkoholijuomien mainonnan, salli tilaviinien myynnin valmistuspaikkojen yhteydessä, asetti alle 4,7-tilavuusprosenttisten käymisteitse valmistettujen tuotteiden (siideri, kevytviinit) vähittäismyynnin samaan asemaan keskioluen kanssa ja laajensi alle 4,7-tilavuusprosenttisten käymisteitse valmistettujen juomien myynnin kioskeihin (ks. taulukko 1).

EU-jäsenyyden myötä muutettiin turistialkoholin määriä koskevia tullimääräyksiä vuoden 1995 alussa. EU-jäsenyysneuvotteluissa Suomi yhdessä Ruotsin kanssa sai huomattavasti muita EU-maita matalammat turistijuomakiintiöt (ks. taulukko 2). Näiden kiintiöiden voimassaolo päättyi vuoden 1996 lopulla.

Neuvostoliiton hajottua vuonna 1992 matkailu entisen Neuvostoliiton lähialueille, Viipurin, Pietariin ja Tallinnaan oli alkanut kasvaa. Kasvu kiihtyi entisestään, kun helmi-

Taulukko 2. Turistialkoholin tuontimäärät

	Suomeen EU-maista	EU-maiden välillä	Suomeen muista maista
väkevät juomat yli 22 tilavuus-%	1 litra tai 3 litraa	10 litraa	1 litra tai 2 litraa
välituotteet (lähinnä aperitiivit)	(sis. myös kuohuviinit)	20 litraa	(sis. myös kuohuviinit)
viinit	5 litraa	90 litraa (sis. max 60 litraa kuohuviiniä)	2 litraa
olut	15 litraa	110 litraa	15 litraa

kuun puolivälissä 1995 matkustajien alkoholi-
lituontia koskevat aikarajat poistettiin. Ns.
viinarallin kiihdyttyä itärajalla rajusti itäinen
tulliipiiri rajoitti alkoholituomiset yhteen ker-
taan viikossa.

Edellä mainittujen institutionaalisten muu-
tosten rinnalla muutokset taloudellisissa teki-
jöissä ovat olleet vähäisempiä. Vuodesta
1991/92 (heinäkuun alusta kesäkuun lop-
puun) vuoteen 1994/95 (heinäkuun alusta
kesäkuun loppuun) täysi-ikäistä asukasta
kohden lasketut kotitalouksien kulutusmenot
laskivat vajaat 4 prosenttia, työttömyysaste
nousi 10,5 prosentista 17,5 prosenttiin, alko-
holijuomien vähittäismyyntihinnat laskivat
keskimäärin yli 7 prosenttia sekä majoitus- ja
ravitsemisalan hinnat laskivat keskimäärin
prosentin.

Vuoden 1992 lopulla Alko toi markkinoille
uuden juoman, Salmiakki Koskenkorvan.
Tuote oli alkoholihinnaltaan edullinen ja luo-
kiteltiin sokeripitoisuutensa perusteella li-
kööriksi. Halvan alkoholin ja suosituksen ma-
keismausteen ansiosta juoma saavutti nope-
asti suuren suosion etenkin nuorten keskuu-
dessa. Muutaman kuukauden kuluttua Alko
veti Salmiakki Koskenkorvan myynnistä juo-
masta nousseen kohun vuoksi.

LÄHIALUETURISMI VÄHENTÄNYT OLUTMYyntiÄ

Vähittäismyyntin osalta mallit ovat pääpiir-
teissään samanlaiset kuin aiemmissa tutki-
muksissa (Salomaa 1993a & b). Substituutio-
parien viinat – miedot viinit ja vahva olut –
keskiolut lisäksi uusi substituutti-ilmio tuli
esiin Salmiakki Koskenkorvan piipahtaessa
markkinoilla vuoden 1993 alussa. Mallien
mukaan Salmiakkikossu ei juuri lisännyt al-
koholin vähittäismyyntiä vaan siirsi kulutusta
miedoista viineistä likööreihin: 18 vuotta täyt-
tänyttä asukasta kohden laskettu absoluutti-
alkoholin kulutus laski miedoissa viineissä
3,7 cl ja nousi ryhmässä ”muut väkevät”
4,8 cl.

Uusina selittäjinä käytetyt toisen ja kol-
mannen neljänneksen keskilämpötilat ovat
kaikissa juomaryhmissä tilastollisesti merkit-
seviä kulutusta lisääviä tekijöitä. Kaikissa
juomaryhmissä toisen neljänneksen lämpöti-
lamuuttujan kerroin on suurempi kuin kol-
mannen neljänneksen. Kummankin muuttu-
jan kulutusta lisäävä vaikutus on kuitenkin
samaa luokkaa, koska toisen neljänneksen
keskilämpötila on keskimäärin 5°C alempi
kuin kolmannen neljänneksen.

Taulukko 3. Vähittäismyynnin muutostekijät 1991/92–1994/95, kulutus 100 %:n alkoholina 18 vuotta täyttäneeltä asukasta kohden sekä eri selittäjien vaikutukset vuodesta 1991/92 vuoteen 1994/95 (heinäkuun alusta kesäkuun loppuun)

	viinat	muut väkevät	miedot viinit	long drink	vahva olut	keski-olut	yht.
kulutus 1991/92	1,77	1,12	0,84	0,13	0,56	2,96	7,38
muutostekijät							
kulutusmenot	– 0,02	– 0,02	– 0,02	– 0,01	– 0,06	– 0,05	– 0,18
työttömyys	– 0,29	– 0,06	0,13	– 0,04	– 0,15	0,45	0,04
hinnat	0,18	0,03	– 0,11	0,02	0,09	– 0,44	– 0,23
turismi/siideri	– 0,10	– 0,04	0,03		– 0,21		– 0,35
muut	– 0,09	– 0,16	0,07	0,005	0,08	– 0,08	– 0,17
kulutus 1994/95	1,43	0,88	0,94	0,10	0,30	2,84	6,50

Lähialueturismi ja rajakauppa ovat tilastollisesti merkitseviä viinoissa, ryhmässä ”muut väkevät” ja vahvassa oluessa. Tallinnaan ja Venäjälle suuntautuva matkailu on mallien mukaan lohkaissut erityisesti vahvan oluen vähittäismyyntiä.

Siiderien vähittäismyynnin vapautuminen vuoden 1995 alussa lisäsi mallien mukaan mietojen viinien vähittäismyyntiä 1,6 cl vuosineljännestä kohden (absoluuttialkoholia 18 vuotta täyttänyt kohden) eli vuositasolla 6,4 cl. Arvio on ilmeisesti liian pieni, sillä tammi–syyskuun 1995 toteutuneen kasvun perusteella vuositason kasvu on runsaat 20 cl. Mallien tulos perustuu vain kahteen havaintoon, mikä lieenee syy liian alhaiseen arvioon. Toinen syy lieenee se, että käytetty muuttuja pystyy mittaamaan vain lähialueturismin myyntiä vähentävän ja siiderin vapauttamisen myyntiä lisäävän vaikutuksen nettona.

Eri tekijöiden vaikutuksia vähittäismyyntiin tarkastellaan kahden 12 kuukauden pituisen jakson (heinäkuusta 1991 kesäkuuhun 1992 ja heinäkuusta 1994 kesäkuuhun 1995) avulla.

Suurimmat muutokset alkoholijuomien tilastoituun vähittäismyyntiin ovat seurausta lähialueturismin kasvusta ja tullimääräysten muutoksista. Näiden tekijöiden vaikutuksesta 18 vuotta täyttänyt asukasta kohden laskettu vähittäismyynti on alentunut noin 0,3

litraa absoluuttialkoholia, josta vahvan oluen osuus on yli 0,2 litraa (ks. taulukko 3).

Juomalitroiksi muunnettuna lähialueturismin vähittäismyyntiä alentava vaikutus vuositasolla on seuraava: viinat 1 milj. litraa, muut väkevät juomat 0,4 milj. litraa ja vahva olut 16 milj. litraa. Luvut ovat samaa suuruusluokkaa kuin ne, joihin Esa Österberg on omissa selvityksissään päätenyt (Österberg 1996). Merkittävin ero on miedoissa viineissä, joita Österbergin mukaan tuodaan noin 1 milj. litraa vuodessa. Malleilla ei lähialueturismin vaikutuksia mietojen viinien vähittäismyyntiin pystytty selvittämään kahden samanaikaisen eri suuntiin vaikuttavan muutoksen vuoksi (turismi ja siiderin myynnin vapautuminen, ks. edellä).

Alkoholiverolain uudistuksen aiheuttama väkevien juomien reaalihintojen lasku lisäsi vähittäismyyntiä 0,3 absoluuttilitraa. Mutta koska samanaikaisesti nostettiin mietojen viinien ja keskioluen hintoja, hintojen nousu suhteessa väkeviin juomiin näyttää kumonneen tämän kasvun kokonaan ja jopa johtaneen vähittäismyynnin laskuun. Työttömyyden kasvu ei ole vaikuttanut vähittäismyynnin kokonaismäärään, vaan on siirtänyt kulutusta muista juomista mietoihin viineihin ja keskiolueen.

Reaalitulojen lasku alensi puolestaan vähittäismyyntiä 0,15–0,19 absoluuttilitraa.

Taulukko 4. Anniskelun muutostekijät 1991/92–1994/95, kulutus 100 %:n alkoholina 18 vuotta täyttänyttä asukasta kohden sekä eri selittäjien vaikutukset vuodesta 1991/92 vuoteen 1994/95 (heinäkuun alusta kesäkuun loppuun)

	viinat	muut väkevät	miedot viinit	long drink	vahva olut	keski-olut	yht.
kulutus 1991/92	0,25	0,14	0,10	0,06	0,78	0,92	2,24
muutostekijät							
kulutusmenot	– 0,02	– 0,02	– 0,01	– 0,01	– 0,05	– 0,04	– 0,15
työttömyys	– 0,02	0,06	0,04	– 0,01	– 0,33	0,44	0,18
hinnat	0,05	0,0202	0,0008	0,02	0,02	– 0,28	– 0,17
turismi	– 0,05				– 0,11		– 0,16
kahvilat						0,44	0,44
muut	0,004	– 0,05	0,002	– 0,002	– 0,05	– 0,05	– 0,13
kulutus 1994/95	0,20	0,15	0,13	0,05	0,26	1,43	2,23

TARJONNAN KASVU LISÄSI KESKIOLUEN ANNISKELUA

Suurimmat muutokset anniskeluun on aiheuttanut keskiolutkahviloiden määrän nopea kasvu parin viime vuoden aikana (ks. taulukko 4). Tarjonnan kasvu lisäsi keskioluen anniskelua tarkastelukaudella peräti 0,4 absoluuttilitraa. Tulos on sikäli yllättävä, että aiemmin vastaavissa malleissa (Salomaa 1992 & 1993a) tarjontakapasiteetti ei ole ollut tilastollisesti merkitsevä selittäjä. Tulos johtuu siitä, että aiemmin kapasiteetti kasvoi tasaisesti ja korreloi voimakkaasti muiden selittäjien kanssa.

Myös taloudellisten kulutusmahdollisuuksien heikkeneminen on aiheuttanut tuntuvia muutoksia anniskeluun. Työttömyyden kasvu näyttää siirtäneen anniskelua muista juomista erityisesti keskiolueen. Nettovaikutus on ollut anniskelua hieman lisäävä.

Kulutusmenojen lievä lasku alensi anniskelukulutusta lähes yhtä paljon kuin vähittäismyyntiä, vaikka vähittäismyynti on alkoholimäärältään noin kolminkertainen anniskeluun verrattuna. Anniskelun tulojousto on siis huomattavasti suurempi kuin vähittäismyyntin tulojousto.

Lähialueturismi on alentanut selvästi myös

anniskelukulutusta, lähinnä viinojen ja etenkin vahvan oluen anniskelua.

Alkoholijuomien anniskeluhinnan reaalin lasku nosti kaikkien keskiolutta väkevempien juomien anniskelukulutusta. Hinnanmuutosten seurauksena keskioluen anniskelu aleni enemmän kuin muiden juomien anniskelu nousi. Hintamuutosten nettovaikutuksena anniskelu aleni noin 0,2 litraa.

HEIKOLLAKIN TALOUSKASVULLA ALKOHOLIN KÄYTTÖ KASVAA

ENNUSTEPERUSTEET

Alkoholijuomien kulutusta ennustettaessa tehtiin kolme vaihtoehtoista oletusta yksityisten kulutusmenojen määrän, alkoholijuomien reaalihintan ja työttömyysasteen kehityksestä vuoteen 1999 mennessä.

Vähittäismyyntin perusvaihtoehdossa (P) alkoholijuomien reaalihintaa ja työttömyys pysyvät vuoden 1995 tasolla ja yksityisten kulutusmenojen oletetaan nousevan keskimäärin 2,5 prosenttia vuodessa. Keski vaihtoehtossa (K) yksityiset kulutusmenot nousevat keskimäärin 3,0 prosenttia vuodessa, alkoholijuomien reaali hinnat ovat 30 prosenttia nykyistä

Taulukko 5. Ennusteperusteet vuoteen 1999

	yksityiset kulutusmenot ± %/v	alkoholi- juomien reaalihinta	työttö- myys- aste	keskiolut- kahvilat
vähittäismyynnissä				
P perusvaihtoehto	2,5	pysyy 1995:n tasolla	pysyy 1995:n tasolla	
K keskivaihtoehto	3,0	– 30 %	– 25 %	
Y ylävaihtoehto	3,5	– 50 %	– 50 %	
anniskelussa				
P perusvaihtoehto	2,5	pysyy 1995:n tasolla	pysyy 1995:n tasolla	pysyy 1995:n tasolla
K keskivaihtoehto	3,0	– 15 %	– 25 %	+ 10 %/v
Y ylävaihtoehto	3,5	– 25 %	– 50 %	+ 15 %/v

Taulukko 6. Alkoholijuomien tilastoidun vähittäismyynnin ennuste, kulutus 100 %:n alkoholina, litraa 18 vuotta täyttänyttä asukasta kohden

	viinat	muut väkevät + väkevät viinit	miedot viinit	long drink	vahva olut	keski- olut	yht.	asukasta kohden
1995	1,4	0,9	1,0	0,1	0,3	2,7	6,4	4,9
1996	1,5	0,8	1,0	0,1	0,2	2,7	6,4	4,9
1999								
P	1,5	0,7	1,3	0,1	0,4	3,0	7,1	5,5
K	2,1	0,9	1,4	0,3	0,8	3,5	8,9	6,9
Y	2,5	1,1	1,4	0,3	1,2	3,7	10,2	7,9
purku- lisä	0,5	0,3	0,3	0,0	0,1	– 0,1	1,1	0,9

Taulukko 7. Alkoholijuomien anniskelun ennuste, kulutus 100 %:n alkoholina, litraa 18 vuotta täyttänyttä asukasta kohden

	viinat	muut väkevät + väkevät viinit	miedot viinit	long drink	vahva olut	keski- olut	yht.	asukasta kohden
1995	0,2	0,2	0,2	0,0	0,2	1,4	2,2	1,7
1996	0,2	0,2	0,2	0,0	0,3	1,4	2,3	1,8
1999								
P	0,2	0,2	0,2	0,1	0,4	1,5	2,5	2,0
K	0,4	0,2	0,2	0,1	0,6	2,0	3,5	2,7
Y	0,5	0,2	0,2	0,1	0,9	2,2	4,1	3,2

alempia ja työttömyys neljänneksen nykyistä pienempi. Hintataso lähenee tässä vaihtoehdossa Tanskan tasoa, ja hintatason alenemisen oletetaan puolittavan pelkästään alkoholin hakuun perustuvia turistimatkoja. Ylävaihtoehdossa (Y) oletetaan hintoja laskettavan Saksan tasolle (–50 %). Yksityisten kulusmenojen oletetaan kasvavan keskimäärin 3,5 prosenttia vuodessa ja työttömyyden puolittuvan. Tämän vaihtoehdon mukaan pelkästään alkoholin hakuun perustuvien turistimatkojen oletetaan loppuvan kokonaan (ks. taulukko 5).

Anniskelun ennusteperusteet ovat perusvaihtoehto (P), jossa reaali hinnat sekä työttömyys pysyvät vuoden 1995 tasolla ja kulusmenot kasvavat 2,5 prosenttia. Keskivaihtoehdossa (K) ja ylävaihtoehdossa (Y) oletetaan, että alkoholijuomien hintojen laskusta vain puolet siirtyy suoraan anniskeluhintoihin. Keskiolutkahviloiden määrän oletetaan perusvaihtoehdossa (P) pysyvän nykytasollaan, keskivaihtoehdossa (K) kasvavan kymmenen viime vuoden (1985–>1995) keskimääräistä vauhtia, ts. 10 prosenttia vuodessa, ja ylävaihtoehdossa (Y) 15 prosenttia vuodessa eli hieman hitaammin kuin nopean kasvun vuosien (1990–>1995) aikana.

KULUTUSTASO

Vähittäismyynti kasvaa kaikkien ennustevaihtoehtojen mukaan 1990-luvun puolivälin tasosta vuoteen 1999 mennessä. Mikäli perusvaihtoehto (P) toteutuu, jää vähittäismyynti vuonna 1999 noin 30–50 prosenttia huippuvuosien 1989–90 tasosta kaikissa muissa juomaryhmissä paitsi miedoissa viineissä ja keskioluessa. Mietojen viinien vähittäismyynti on kasvanut koko 1990-luvun alun ja jatkaa ennusteiden mukaan siis edelleen kasvuaan. Myös keskioluen myynti lähtee jälleen kasvuun (ks. taulukko 6).

Mikäli keskivaihtoehto (K) toteutuu, saavutetaan vahvan oluen ja long drink -juomien vähittäismyyntissä huippuvuosien 1989–90

taso. Keskivaihtoehdossa 18 vuotta täyttänyt asukasta kohden laskettu alkoholin tilastoitunut vähittäiskulutus olisi jo 1,4 absoluuttialkoholilitraa enemmän kuin perusvaihtoehdossa (P). Ennusteen mukaan kasvua tapahtuisi kaikissa juomaryhmissä, eniten kuitenkin väkevien juomien ja keskioluen kohdalla. Ylävaihtoehto (Y) toisi kasvua kaikkiin juomaryhmiin, eniten kuitenkin viinoihin ja muihin väkeviin juomiin sekä vahvaan olueen.

Jos edellä esitettyihin vaihtoehtoihin liittyisi monopolin täydellinen purku (ks. jäljempänä), tulisi kaikkiin vaihtoehtoihin tästä johtuva purkulisä (taulukko 6). Vuonna 1999 alkoholijuomien vähittäismyynti olisi siten vaihtoehdossa P 8,2 litraa, vaihtoehdossa K 10 litraa ja vaihtoehdossa Y 11,3 litraa täysi-ikäistä asukasta kohden. Asukasta kohden lasketut luvut ovat seuraavat: P 6,4, K 7,8 ja Y 8,8 litraa.

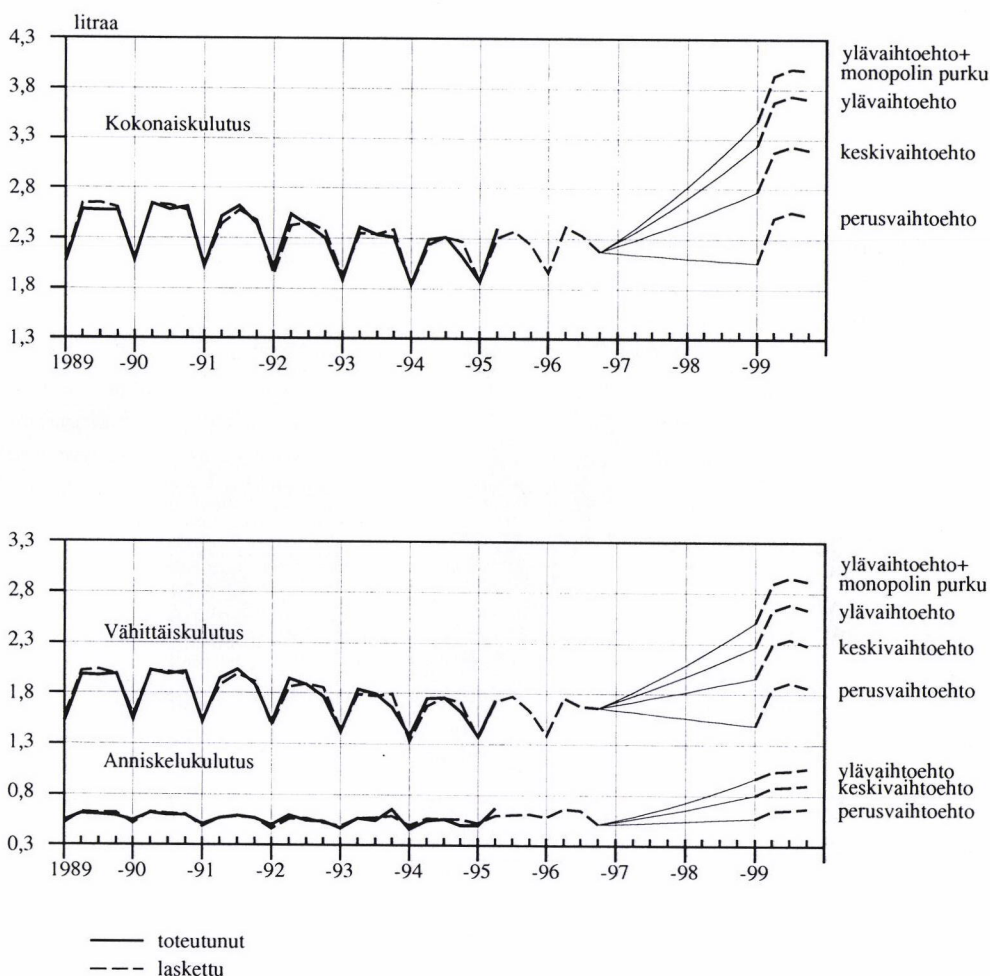
Anniskelukulutus nousee mallien mukaan vuonna 1999 perusvaihtoehdossa hieman huippuvuosien 1989–1990 tason yläpuolelle. Tämä johtuu ennen kaikkea keskioluen voimakkaasta kasvusta. Vahva olut jää kaikissa vaihtoehdoissa tuntuvasti huippuvuosien tason alapuolelle. Mietojen viinien anniskelukulutus on lähes sama kaikissa vaihtoehdoissa. Viinien anniskelu saavuttaa vuosien 1989–90 tason keskivaihtoehdossa (ks. taulukko 7).

Koko anniskelu nousee keskivaihtoehdossa 48 prosenttia ja ylävaihtoehdossa 75 prosenttia huippuvuosien 1989–1990 tason yläpuolelle.

KOKONAISKULUTUS RANSKAN TASOLLE

Alkoholijuomien absoluuttialkoholina mitattu kokonaiskulutus oli viime vuonna 6,6 litraa asukasta kohden ja on arvion mukaan tänä vuonna 6,7 litraa. Perusvaihtoehdossa vuonna 1999 alkoholia kulutetaan 7,5 litraa asukasta kohden, keskivaihtoehdossa 9,6 litraa ja ylävaihtoehdossa 11,1 litraa. Huippuvuosien 1989–1990 taso melkein saavutetaan jo pe-

Kuvio 1. Alkoholijuomien kulutus, toteutunut ja mallella laskettu kulutus litraa 100 %:n alkoholia/kuluttajaväestö



rusvaihtoehdossa. Tanskan kulutustaso, 9,9 litraa absoluuttialkoholia asukasta kohden vuonna 1994, saavutetaan keskivaihtoehdossa ja Ranskan kulutustaso, 11,4 litraa vuonna 1994, ylävaihtoehdossa (ks. kuvio 1). Jos Suomessa puretaan monopolijärjestelmä kokonaan, ovat kokonaiskulutustasut eri vaihtoehdoissa seuraavat: P 8,4, K 10,5 ja Y 12 litraa.

MONOPOLIN PURKU KASVATTAA KULUTUSTA LITRAN

Vuoden 1995 alusta vapautettiin miedompien viinien (alle 4,7 prosenttia etyylialkoholia si-

sältävät käymisteitse valmistetut juomat) vähittäiskauppa kokonaan. Seurauksena oli, että siiderien kulutus lähes nelinkertaistui vuoden 1994 tasoon verrattuna. Siiderien arvioitu myynnin kasvu vastaa noin kolmannesta valko- ja kuohuviinien sekä siiderien myynnistä. Koska siiderit ovat substituuksi- pari lähinnä valkoisille viineille eli valko- ja kuohuviineille, voidaan olettaa, että vähittäismyyntimonopolin purkaminen lisäisi kaikkien nykyisin monopolimyyntissä olevien juomien myyntiä kolmanneksen. Sen sijaan oluiden kokonaismyyntiin monopolin purkamisen ei todennäköisesti vaikuttaisi. Oluiden kulutuksessa tapahtuisi vain kulutussiirtymä,

Taulukko 8. Alkoholijuomien vähittäismyyntimonopolin purkamisen vaikutus alkoholijuomien vähittäismyyntiin, lisäys (+) tai vähennys (–) litraa 100 %:n alkoholia 18 vuotta täyttäneellä asukasta kohden

viinat	muut väkevät	miedot viinit	long drink	vahva olut	keski-olut	yht.	asukasta kohden
0,45	0,29	0,31	0,04	0,10	– 0,10	1,09	0,90

Taulukko 9. Eri tekijöiden osuus kulutuksen muutoksiin vuodesta 1995 vuoteen 1999

vaihtoehto	kulutusmenot	työttömyys	turismi	hinnat	kahvilat	muutos yht.
	litraa 100 %:n alkoholia/18 vuotta täyttäneet					
	vähittäismyynti					
P	0,43	0,00	0,00	0,00	–	0,46
K	0,57	– 0,04	0,21	1,63	–	2,39
Y	0,72	– 0,10	0,43	2,70	–	3,76
	anniskelu					
P	0,27	0,00	0,00	0,00	0,02	0,29
K	0,34	– 0,06	0,07	0,38	0,55	1,29
Y	0,43	– 0,16	0,15	0,62	0,88	1,92
	kokonaiskulutus					
P	0,70	0,00	0,00	0,00	0,02	0,73
K	0,91	– 0,10	0,28	2,01	0,56	3,66
Y	1,15	0,26	0,58	3,32	0,89	5,68

vahvan oluen vähittäismyyntin kasvua vastaisi samansuuruinen keskioluen vähittäismyyntin lasku, eli osa oluen kulutuksesta siirtyisi keskioluesta vahvaan olueen (ks. taulukko 8).

Koko vähittäismyyntin voidaan arvioida kasvavan pelkästään monopolin purkamisen myötä 1,1 litraa absoluuttialkoholia 18 vuotta täyttäneellä asukasta kohden ja 0,9 litraa jokaista asukasta kohden. Tulos on samansuuntainen aikaisempien arvioiden kanssa (Salomaa 1990 & 1992; Österberg 1994).

Useimmiten monopolin purkamista on esitetty toteutettavaksi osittaisena siten, että miedot viinit ja sitä miedommat tuotteet vapautettaisiin kokonaan monopolin piiristä. Tämä merkitsisi todennäköisesti sitä, että

mietojen viinien kulutus kasvaisi edellä esitettyä enemmän ja väkevien juomien, etenkin viinien myynti laskisi. Tämä johtuu siitä, että viinit ovat viinien substituutteja: viinillä saa humalan siinä missä viinilläkin. Luultavasti kulutuksen kasvu jäisi monopolin osittaisen purkamisen yhteydessä selvästi pienemmäksi kuin täydellisen purkamisen yhteydessä, koska viinien kulutuksen lisäkasvusta osa kompensoituu viinien kulutuksen laskuna. Täysi-ikäistä asukasta kohden laskettu absoluuttialkoholin vähittäismyynti kasvaisi monopolin osittaisen purkamisen seurauksena arviolta 0,4–0,7 litraa. Asukasta kohden laskettu kulutuksen kasvu olisi 0,33–0,58 litraa.

HINTOJEN LASKUSTA 2-3 LITRAN KASVU KULUTUKSEEN

Perusvaihtoehdossa (P) ainoastaan tulojen kasvu lisää alkoholijuomien kulutusta. Vähittäismyynnissä lisäys on 0,4 litraa ja anniskelussa 0,3 litraa. Muissa vaihtoehdoissa tulojen kasvu lisää vähittäismyyntiä 0,6 litraa (K) tai 0,7 litraa (Y), anniskelua 0,3 litraa (K) tai 0,4 litraa (Y) ja kokonaiskulutusta 0,9 litraa (K) tai 1,2 litraa (Y).

Ylemmissä vaihtoehdoissa hintojen alenemus lisää kulutusta eniten. Vähittäismyynnissä lisäys on 1,6 litraa (K) tai 2,7 litraa (Y) ja anniskelussa 0,4 litraa (K) tai 0,6 litraa (Y). Kokonaiskulutusta hintojen lasku kasvattaa 2,0 litraa (K) tai 3,3 litraa (Y) (ks. taulukko 9).

Työttömyyden nettovaikutus kulutukseen on myös ennusteissa vähäinen. Työttömyyden aleneminen vain siirtää kulutusta alkoholi-hinnaltaan halvemmista juomista takaisin kalliimpiin.

Hintojen laskun seurauksena tapahtuva alkoholin hakuun keskittyvän turismin laantuminen lisää tilastoitua kulutusta vähittäismyynnissä 0,2 litraa (K) tai 0,4 litraa (Y), anniskelussa 0,1 litraa (K) tai 0,2 litraa (Y) ja kokonaiskulutuksessa 0,3 litraa (K) tai 0,6 litraa (Y).

Ylemmissä vaihtoehdoissa anniskelu kasvaa eniten keskiolutkahviloiden määrän lisääntymisen seurauksena. Kapasiteetin kasvassa 10 prosenttia vuodessa nousee keskioluen anniskelu neljässä vuodessa 0,6 litraa (K), ja kapasiteetin kasvun ollessa 15 prosenttia vuodessa lisääntyy anniskelu 0,9 litraa (Y) neljässä vuodessa.

VEROTASO ALAS – KUSTANNUKSET YLI TULOJEN

Viime aikoina eräät elinkeinoelämän järjestöt ovat vaatineet alkoholiveron puolittamista ja perustelleet vaatimustaan mm. ETLA:n tutkimuksella veroalen vaikutuksista kansantalouteen (Mankinen 1996). Reijo Mankisen si-

mulointimallissa on kuitenkin niin paljon puutteita (mm. haittakustannusten kasvu on sivuutettu kokonaan), että sen perusteella ei voi tehdä johtopäätöksiä veronalennusten nettovaikutuksista julkiseen talouteen (ks. tarkemmin kommentti otsikolla ”Panimotko maksavat haitat” Ajassa liikkuu -osastossa).

Edellä laskentavaihtoehdoissa K ja Y oletettiin alkoholijuomien verotuksen alenevan Suomessa siten, että hintataso vähenee keski-eurooppalaiselle tasolle. Edellisessä vaihtoehdossa hintatason lasku on 30 prosenttia ja jälkimmäisessä 50 prosenttia. Nykykustannuksilla alkoholiverojen tason pitäisi laskea keskimäärin noin 60 prosenttia, jotta alkoholijuomien hintataso alenisi 30 prosenttia. Toisaalta 30 prosentin hintojen lasku lisää alkoholijuomien kokonaiskulutusta yli 20 prosenttia. Näin ollen alkoholiverokertymä alenisi nykyisestä 7,2 miljardista markasta noin 3,7 miljardiin markkaan.

Vastaavasti välittömät haittakustannukset nousisivat nykyisestä 3–3,5 miljardista markasta 3,5–4 miljardiin markkaan. Verotuksen lieventäminen niin paljon, että hintataso lasqisi puoleen nykyisestä, johtaisi alle yhden miljardin verokertymään ja 4–5 miljardin markan välittömiin haittakustannuksiin. Osa veroalennuksen johdosta menetetyistä tuloista kompensoituisi mm. muun kulutuksen kautta saatavilla verotuloilla. Lopputulos riippuu siitä, miten kuluttajat jakavat alkoholiverosta säästyneet varansa eri kulutuskoh-teisiin. Menetettyjä verotuloja ei kuitenkaan saada täysimääräisinä takaisin. Näin ollen yhteiskunnan rahoitustarve kasvaa näin syntyvän tulovajauksen ja kasvaneiden haittakustannusten verran – tai yhteiskunnan tarjoamien palvelujen purkaminen jatkuu.

YHTEENVETO

Parin viime vuoden aikana Suomessa on tapahtunut monia suuria muutoksia, jotka ovat vaikuttaneet voimakkaasti Suomen alkoholiloihin. Alkoholiverolaki uudistettiin vuoden

1994 puolivälissä. Sen seurauksena alkoholi-juomien hintasuhteet muuttuivat tuntuvasti. Vuoden 1995 alussa Suomesta tuli EU:n jäsen ja samassa yhteydessä alkoholijuomien tuonti-, vienti-, tuotanto- ja tukkumyyntimonopolit purettiin, vapautettiin mietojen alkoholi-juomien mainonta sekä alle 4,7-tilavuusprosenttisten käymisteitse valmistettujen juomien vähittäismyynti. Lisäksi turistialkoholin määriä koskevia määräyksiä väljennettiin ja matkustajien alkoholituontia koskevat aikarajat poistettiin. Syksyllä 1995 itäinen tullipiiri rajoitti alkoholituomiset yhteen kertaan viikossa viinanhakumatkojen kiihdyttyä itärajalla rajusti.

Muutokset heijastuivat heti alkoholijuomien kulutukseen. Hintamuutokset vaikuttivat päinvastaiseen suuntaan kuin työttömyysasteen nousu: hintojen nousu alensi keski-oluen ja mietojen viinien kulutusta, hintojen lasku lisäsi muiden juomien kulutusta. Tuontirajoitusten lieventämistä seurannut lähialueturismi vähensi väkevien juomien ja erityisesti vahvan oluen kulutusta. Suurin nettovaikutus vähittäismyyntiin oli lähialueturismilla ja sen jälkeen hintamuutoksilla. Anniskelun kulutusmääriin vaikutti eniten keskiolutkahviloiden määrän raju kasvu.

Alkoholijuomien kulutuksen kehitystä ennustettiin ekonometristen kysyntämallien

avulla. Ennusteista laskettiin kolme vaihtoehtoa: perusvaihtoehdossa (P) ”normaali” kehitys, vaihtoehdossa K parempi taloudellinen kehitys ja 30 prosentin hinnan alennus sekä vaihtoehdossa Y vielä parempi taloudellinen kehitys ja 50 prosentin hinnan alennus. Lisäksi arvioitiin erikseen vähittäismyyntimonopolin täydellisen purkamisen vaikutus kulutukseen.

Kaikissa vaihtoehtoissa täysi-ikäistä asukasta kohden laskettu absoluuttialkoholin kulutus kasvaa vuoden 1995 tasosta: P 0,7 litraa, K 3,7 litraa tai Y 5,7 litraa. Vähittäismyyntimonopolin täydellinen purkaminen lisäisi kulutusta lisäksi noin litran verran. Kulutuksen kasvu johtuisi pääosin hinnanalennuksista. Hintojen jälkeen tärkeimmät kasvutekijät ovat tulojen kasvu sekä anniskelussa oletettu tarjonnan lisäys.

Edellä esitetyt hintatason laskut edellyttäisivät alkoholiverojen tason alentamista 60–90 prosenttia. Tämä taas johtaisi tilanteeseen, jossa alkoholijuomista saatava erityisverokeräytymä jää välittömiä haittakustannuksia pienemmäksi. Vaikka osa menetetyistä verotuloista saadaan takaisin vaihtoehtoisen kulutuksen kautta, ei niitä saada täysimääräisenä. Yhteiskunnan rahoitustarve kasvaa syntyneen tulovajeen ja kasvaneiden haittakustannusten verran.

KIRJALLISUUS

Mankinen, Reijo: Alkoholiveron alentamisen kansantaloudellisia vaikutuksia. Keskustelualoitteita nro 552. Helsinki: ETLA, 1996

Salomaa, Jukka: Alkoholin kulutus eräissä OECD-maissa vuosina 1960–1988. Alkoholipoliittinen suunnittelu ja tiedotus, tutkimusseloste nro 16. Helsinki: Oy Alko Ab, 1990

Salomaa, Jukka: Alkoholijuomien kulutusraakenne ja sitä selittävät tekijät 1980-luvun lopulla. Alkoholipoliittinen suunnittelu ja tiedotus, tutkimusseloste nro 21. Helsinki: Oy Alko Ab, 1992

Salomaa, Jukka: Lama ja alkoholijuomien kulutus. Alkoholipoliittinen suunnittelu ja tiedotus, tutkimusseloste nro 23. Helsinki: Oy Alko Ab,

1993. 1993a

Salomaa, Jukka: Taloudellinen ahdinko siirtää kulutusta halpoihin tuotteisiin. Alkoholipoliitiikka 58 (1993): 6, 455–461. 1993b

Salomaa, Jukka & Hein, Ritva: Alkoholijuomien kulutus vuosina 1994–1999. Alkoholipoliittinen suunnittelu ja tiedotus, tutkimusseloste nro 28. Helsinki: Alko-Yhtiöt Oy, 1996

Österberg, Esa: Alkoholialueen virtaa itärajan takaa. Helsingin Sanomat 8.1.1996

Österberg, Esa: Jos alkoholipoliitiikka murensi eli kuinka paljon alkoholia kuluttaisimme keskieurooppalaisina. Alkoholipoliitiikka 59 (1994): 2, 73–82.

ENGLISH SUMMARY

Jukka Salomaa & Ritva Hein: Consumption set to increase, with or without cheap imports from Russia and Estonia (Vaikka viinaralli lakkaisi, kulutus kasvaa)

The Finnish alcohol scene has changed quite dramatically over the past couple of years. In mid-1994 alcohol taxation was overhauled, changing the relative prices of different alcoholic beverages. Then, at the beginning of 1995, Finland joined the European Union. That marked the end of the state monopoly on the import, export, production and wholesale of alcohol. At the same time the advertising ban on mild alcoholic beverages was lifted and the retail sale of beverages made by fermentation (at less than 4.7 percent by volume) was liberalized. In addition, restrictions on the amount of alcohol that travellers were allowed to bring back were relaxed, and all time-limits were removed. In autumn 1995, with growing numbers of people packing across the border into Russia for the cheap drink, the Eastern Customs-district imposed a quota system which restricted travellers' import of alcohol to once a week.

These changes were immediately reflected in the consumption of alcohol. The new pricing policy had the opposite effect to rising unemployment: higher prices reduced the consumption of medium-strength beer and wines, reduced prices increased the consumption of other beverages. Relaxed import restrictions reduced the consumption of spirits and especially strong beer. The factor with the greatest net impact on retail sale was the increased

day-tripping to neighbouring countries, followed by the new prices. The main factor influencing consumption on premises was the rapid increase in cafés licensed to sell medium-strength beer.

We used econometric demand models to predict the development of the consumption of alcoholic beverages. Three alternatives were calculated: the first, basic scenario was based on "normal" development; the second on improved economic performance and a 30 % reduction in prices; and the third on even better economic development and a 50 % reduction in prices. In addition, we separately evaluated the impacts of a complete lifting of the retail monopoly on consumption.

In all cases consumption of absolute alcohol per capita will increase from the 1995 level: in the first scenario by 0.7 litres, in the second by 3.7 litres, and in the third by 5.7 litres. A complete lifting of the retail monopoly would further increase consumption by about one litre. The main contributing factor would be the reduced prices, followed by increasing incomes and the assumed increase in licensed premises.

The sort of reductions in alcohol prices presented in our calculations would require a decrease in alcohol duties by about 60–90 %. This in turn would lead to a situation where the tax revenues from alcoholic beverages would fall short of the immediate costs arising from the adverse effects of alcohol. Part of the tax revenues lost is recovered through alternative consumption, but not in full. This deficit and the increased costs from adverse effects would need to be met by society.

KEY WORDS:

Consumption, increase, cheap imports, monopoly, scenario, pricing policy